

# ANALIZA SEMIOTICA A UNUI AFIȘ PUBLICITAR J'ADORE BY DIOR



Butoi Claudiu Liviu

Lupu Sebastian

Samfescu Sebastian

Mieșan Alina

# SCURT ISTORIC - DIOR



In 1997 se inaugureaza muzel Cristian Dior din Granville, casa copilariei , creaturului de moda si designer de parfum.

A luat nastere in 21 Ianuarie 1905, la Granville (Normandia – Franta)





NEW

# J'ADORE

> DISCOVER J'ADORE MYTH

> WOMEN'S FRAGRANCE  
COLLECTION

## ELEMENTELE IMAGINII:

- - O imagine pe font Negru pentru a scoate in evidenta apa aurie si personajul “Charlize Theron” cu care se poate asocia si produsul



## Natura imaginii:

- o fotografie

## Cadrajul imaginii:

-Cadru de tip limita rectangulara

-Planul este de ansamblu, mediu ,  
centrat pe un personaj, intr-un decor  
bine definit

-Unghiul fotografiei: normal

Iluminat: Exterior, natural (fontul  
negru si luciul apei creeaza impresia  
ca este noapte), scoate in evidenta  
modelul



## Culorile:

- Imaginea este in culori calde, predomina auriul;
- Culorile sunt puternice si contrastante,
- Retusata, prelucrata digital

## Compozitia:

- Intr-un singur plan
- Decorul joaca un rol important – prin culoare aurie si eleganta emanata de model vor sa o transpuna asupra produsului
- Mesajul – “Discover J`adore Myth” si locul unde se desfasoara actiunea, contribuie la atmosfera misterioasa a imaginii.



Obiecte:

- Modelul -“Charlize Theron” joaca un rol esential in printul prezentat
- Textul – are un rol secundar
- Parfumul – are un rol esential, toate elementele si starile create se rasfrang asupra produsului

Toate elementele din print se imbina si contribuie la mesajul care este transmis



Personajul:

- In print este un singur personaj, de sex – Feminin;
- Punand o rochie eleganta, fara bretele acoperita cu strasuri, apropiindu-se de cel care priveste imaginea.





- Relatia dintre elementele afisului publicitar:
  - Personajul – Apa – Parfumul sunt legate printr-o relatie metaforica
- Privitorul este implicat prin – priviri si gesturi



# TEXTUL

- Cuprinde: Titlu (Numele produsului) ; Informatii si slogan
- Stilul textului: Informativ
- Raportul textului cu imaginea: valorizeaza imaginea (confirma ceea ce spune imaginea si amplifica mesajul)
- Sistemul cel mai important prin care este transmis mesajul , este vizual.

